

## MARKT

„Die Zeitung ist tot? Es lebe die Zeitung!“ Hermann Petz im Gespräch.

Seite 14

## DESIGN

Small Talk an der Werbefront mit Thomas Hubrich.

Seite 24

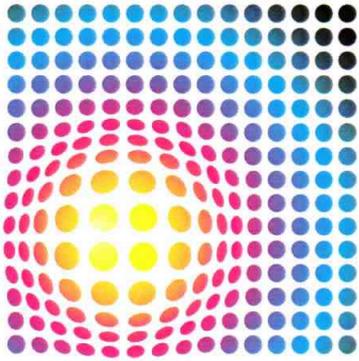
## TECHNIK

Service und Support für die Druckindustrie: Angebote und Lösungen.

Seite 34

03 | 2015

€ 6,50



# Graphische Revue

Das Portal für Mediendesign und -produktion



Printed on Xerox 800i/1000i Colour Press

[www.graphische-revue.at](http://www.graphische-revue.at)

## BENJAMIN SKARDARASY

# LA LOUPE – NIMMT ORTE UNTER DIE LUPE

*Im Tourismus scheint auf den ersten Blick, ohne mobile Endgeräte gar nichts mehr zu gehen. Apps werden zum ständigen Begleiter vor, während und nach der Reise. In diesem von einem permanenten Informationsüberfluss geprägten Umfeld braucht es aber auch Orientierung und die können Druckprodukte besonders gut schaffen. Ein spannendes Projekt im Tourismus-Bereich ist der Gästeguide „La Loupe“. Wir haben den Herausgeber Benjamin Skardarasy getroffen und uns die Erfolgsgeschichte erzählen lassen.*



**Graphische Revue: Können Sie uns die Idee und das Konzept von „La Loupe“ erläutern?**

Benjamin Skardarasy: Bereits in meiner Jugend habe ich es geliebt, Magazine und Zeitungen zu lesen. In meinem Zimmer stapelt sich das Papier bis heute (*lacht*). Durch meine touristische Ausbildung hatte ich das Glück, an vielen verschiedenen Orten zu arbeiten und dadurch habe ich auch viele touristische Magazine und Reiseführer gesammelt. Keiner davon überzeugte mich aber voll und ganz. Deshalb kam mir 2011 die Idee, etwas Eigenes zu machen, und ich entschloss mich 2011, „La Loupe“ zu gründen. Begonnen habe ich in meinem Heimatort Lech Zürs am Arlberg.

„La Loupe“ ist ein Pocket-Magazin und Gästeführer auf Deutsch und Englisch, der einen hohen Qualitätsanspruch an das Design, die redaktionellen Inhalte und die Auswahl unserer Partner hat. Für den Gast vor Ort sind wir praktisch wie ein Schweizer Taschenmesser: Alles, was er für einen schönen Urlaub wissen muss, findet er im „La Loupe“. Der Gästeguide ist für den Leser vor Ort kostenlos bei den Auflagestellen erhältlich und ist zu 100 Prozent werbefinanziert. Der Inserent bekommt bei uns immer ein Package aus der gedruckten Ausgabe, der Online- und der App-Version.

**Und wie sieht es mit dem Inhalt aus?**

„La Loupe“ besteht aus einem Magazinteil mit mindestens 50 Prozent nicht bezahlter, spannender Inhalte in Form von Interviews mit z. B. prominenten Gästen wie Niki Lauda, Sebastian Vettel, Willy Bogner und vielen mehr. Weiters finden Sie in jedem „La Loupe“ die schönsten Bilder des Jahres, spannende Reportagen und Eventhighlights. Zusätzlich sind wir auch ein Guide, in dem wir eine persönliche Auswahl von Restaurants, Bars, Geschäften und Hotels empfehlen.

Bei uns darf nicht jeder inserieren, der Inserent muss zu Produkt und Ort passen. Es gibt auch Richtlinien für unsere Anzeigen, z. B. kann man nur eine Einzelseite, Doppelseite oder mehrere Seiten schalten. Wir wollen keinen „Anzeigenfriedhof“ mit halben oder Viertelseiten, denn wir achten sehr auf unser Design.

**Was muss ein Ort mitbringen, damit er einen Gästeguide wie „La Loupe“ bekommt?**

Die drei wichtigsten Attribute, welche „La Loupe“ mit den Orten verbinden soll sind: Qualitätsanspruch, Individualität und Einzigartigkeit! Wir müssen das Gefühl haben, der Ort bietet etwas in Form von speziellen Plätzen wie zum Beispiel

familiengeführte Restaurants sowie Geschäfte und Individualität von der handgefertigten Lederhose über das selbst gebraute Bier. „La Loupe“ schätzt Orte, die nicht nur alle großen Marken bieten, welche es in jeder großen Stadt gibt, sondern wir suchen Individualität.

**Welche Expansionspläne haben Sie für das Projekt, geht das auch über den deutschsprachigen Raum hinaus?**

Aktuell geben wir im Jahr fünf Ausgaben in den Destinationen Garmisch-Partenkirchen, Lech & Zürs, St. Anton am Arlberg und dem Zillertal heraus. Unser mittelfristiges Ziel ist es, in den nächsten Jahren zu wachsen und mit unserem derzeitigen Konzept die besten Alpendestinationen zu erschließen. Mittelfristig können wir uns vorstellen, mit einem alternativen Konzept auch Metropolen anzusprechen und das auch über den deutschsprachigen Raum hinaus. „La Loupe“ soll langfristig eine Offline- und Online-Lifestyle-Marke mit verschiedenen Produktkategorien werden. Unser Ziel ist es, unseren Kunden und Lesern abseits von Boulevard und dem Schlagzeilen-Journalismus Spaß und positive Botschaften zu vermitteln.

**Welche Kanäle besetzt „La Loupe“ und welche Rolle spielt dabei das gedruckte Magazin?**

Durch unseren Relaunch der Website und weitere Bestrebungen in diese Richtung werden wir immer mehr zum Infotainment-Magazin. Unser Ziel ist es, die Marke „La Loupe“ in so viele Kanäle wie möglich zu bringen. Derzeit fokussieren wir uns auf unsere responsive Website mit klassischem Magazin-Teil und Guideteil zum Entdecken neuer Restaurants, Geschäfte und Dienstleistungen. In den nächsten Monaten wird dieser Bereich noch mit einigen Komponenten wie z. B. einem Onlineshop erweitert.

Das gedruckte Magazin spielt derzeit (noch) die Hauptrolle. Das kompakte Format, das illustrierte Cover, die Haptik der Veredelungen von UV-Lack bis Glitzer und das besondere Papier muss man in der Hand gehabt haben, um es zu verstehen. Ich trotze hier allen Prognosen, dass Print keine fünf Jahre mehr überlebt. Meine Meinung ist: Hochwertige Magazine und Bücher werden in 20 Jahren auch noch einen Markt haben. „La Loupe“ ist jetzt bereits ein Sammelobjekt und ich bekomme Bestellungen aus aller Welt, obwohl man alle Magazine online und auf dem iPad lesen kann. Wenn man es in der Hand spürt und ins Bücherregal stellen kann, hat es einen anderen Wert. Gerade im Urlaub will man oftmals Entschleunigung und man lässt Computer und Smartphone ruhen. Dann kann man sich gemütlich zurücklehnen und im „La Loupe“ blättern, die Seele baumeln lassen und Neues entdecken.

**Wie sind die verschiedenen Kanäle miteinander verzahnt?**

Die Printausgaben erscheinen einmal in gedruckter Form sowie online zum Blättern bei Issuu und Yumpu. Gleichzeitig auch als iPhone- und iPad-App. Die Artikel und Interviews bereiten wir dann noch speziell für unsere responsive Website mit zusätzlichen Bildergalerien und teilweise Videos auf. Die Restaurants, Hotels etc. haben einen eigenen Guidebereich, wo sie sich speziell präsentieren können. Man kann also sagen, jeder Kanal profitiert gegenseitig voneinander.

**Das Gästemagazin hat einen opulenten Umfang von bis zu 350 Seiten. Wird so etwas überhaupt noch wahrgenommen?**

Der Umfang liegt bei 128 bis 352 Seiten. Wobei die dickste Ausgabe in Lech & Zürs erscheint und hier einfach eine hohe Qualitätsdichte herrscht und deshalb auch so viele Empfehlungen unbedingt mit rein müssen. Die Dicke des Magazins ist hier gar kein Problem, „La Loupe“ hat sich z. B. in Lech & Zürs schon so etabliert, dass die Gäste es trotz der Dicke oder gerade deshalb gerne mitnehmen. Wir wollen dem Leser einfach viele spannende Artikel und Information zur Verfügung stellen und deshalb machen wir unser Magazin lieber etwas dicker, anstatt es nur mit Werbung zu füllen. Man wird als Inserent auch definitiv wahrgenommen, weil der Leser das Magazin mehrmals in die Hand nimmt, um darin zum Beispiel ein Restaurant zu suchen, im Telefonbuch nachzulesen oder einen Artikel nachzuschlagen. Gleichzeitig nimmt er das Magazin auch mit nach Hause und stellt es in sein Bücherregal, wo er bestenfalls täglich mit „La Loupe“ in Kontakt kommt. Zusätzlich sind alle Inserenten auch noch online und im App vertreten, also kann man den Inserenten gar nicht übersehen.

**Wie reagiert der Markt auf das Konzept?**

Wir haben sehr viele positive Rückmeldungen von Lesern und Kunden. Der Markt gibt uns recht, denn in jedem der vier Orte, in welchen wir derzeit erscheinen, gibt es uns jedes Jahr mit einer neuen Ausgabe. Das ist sicher die beste Bestätigung dafür, dass unser Konzept stimmt.

**HERR SKARDARASY, DANKE FÜR DAS GESPRÄCH!**

**INFOS ZU „LA LOUPE“:**

Die aktuelle Gesamtauflage beträgt 120.000 Stück pro Jahr in Lech & Zürs, St. Anton am Arlberg, Garmisch-Partenkirchen und im Zillertal. Pro Ort beträgt die Auflage 10.000 bis 35.000 Stück und hat 128 bis 352 Seiten.

[www.laloupe.com](http://www.laloupe.com)

